

**ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI SPICY
DUCK SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ILHAM AKBAR WAHYUDIN

NIM : 01212081

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA
2016**

**ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI SPICY
DUCK SURABAYA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi*



Disusun Oleh:

ILHAM AKBAR WAHYUDIN

NIM : 01212081

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA
2016**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Akbar Wahyudin

NIM : 01212081

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI SPICY DUCK SURABAYA

adalah benar – benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Surabaya, 06 Agustus 2016

Yang menyatakan

Ilham Akbar Wahyudin

NIM: 01212081

PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI SPICY DUCK

SURABAYA

DIAJUKAN OLEH:

ILHAM AKBAR WAHYUDIN

01212081

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,

(Drs. Ec. I Nyoman Sudapet, MM.)

TANGGAL,

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,

(I Gede Arimbawa, SE., MM.)

TANGGAL,.....

PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI SABTU, TANGGAL 06 AGUSTUS 2016

Judul Skripsi : ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL BAURAN
PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI KEDAI SPICY DUCK SURABAYA

Disusun Oleh : Ilham Akbar Wahyudin
NIM : 01212081
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. Dr. Arasy Alimudin, SE., MM.
2. Drs. Ec. I Nyoman Sudapet, MM.
3. Santirianingrum Soebandhi, SE.,M.Com.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Akbar Wahyudin
NIM : 01212081
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI SPICY DUCK SURABAYA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada Tanggal : 06 Agustus 2016

Yang menyatakan

Ilham Akbar Wahyudin
NIM: 01212081

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami haturkan kepada Allah SWT karena atas bimbinganNya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan mengambil judul “**ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI SPICY DUCK SURABAYA** ”.

Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Narotama Surabaya.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala namun hal tersebut dapat diatasi adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan oleh banyak pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan dari lubuk hati yang paling dalam kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Hj. Iswachyu Dhaniarti, D.S, ST, selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
2. Bapak Prof. Dr. Soebandi, SE, Ak, CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Narotama Surabaya.
3. Bapak I Gede Arimbawa, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. I Nyoman Sudapet, MM. dan Bapak Hamzah Denny Subagyo, S.E., M.M., S.H.,M selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan banyak waktu untuk membimbing, mengajar, membantu, serta memberi banyak masukan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Orang tua yang senantiasa mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini dan selalu mendoakan, memberikan dorongan, dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Narotama Surabaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan dan di dalam menyelesaikan skripsi.
7. Pemilik kedai spicy duck surabaya. Yang bersedia membantu saya untuk menyodorkan angket kuesioner untuk di sebarakan kepada para responden.

8. Teman-teman manajemen, yang berjuang bersama selama ini dan juga mendukung dalam pembuatan tugas akhir ini.
9. Teman-teman perumahan bumi koperasi : Verdian, Rafli, Feri, Alvin dan juga kekasih saya Nurul Azmi yang telah membantu dan mendoakan dalam pembuatan tugas akhir ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah turut andil dalam membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Hanya doa dan harapan yang bisa penulis berikan saat ini bagi pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini. Kiranya Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan saudara-saudara semua.

Penulis telah berupaya sebaik mungkin dalam pengerjaan skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna mengembangkan lebih lanjut skripsi ini.

Akhir kata, penulis sangat mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang memerlukan serta berminat terhadap masalah yang penulis bahas.

Surabaya, 06 Agustus 2016

Ilham Akbar Wahyudin

ABSTRAK

ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI SPICY DUCK SURABAYA

Oleh :

Ilham Akbar Wahyudin

Dosen Pembimbing :

Drs. Ec. I Nyoman Sudapet, MM.
Hamzah Denny Subagyo, SE., MM., S.H., M

Kedai Spicy Duck Surabaya adalah kedai yang menyediakan kuliner khas Indonesia yang bertujuan untuk mengenalkan makanan khas yang berasal dari daerah Makassar. Permasalahannya adalah variabel manakah yang paling berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan Produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi dengan kepuasan pelanggan yang ada di kedai spicy duck Surabaya.

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan di kedai Spicy Duck Surabaya. Yang dilakukan dengan merumuskan hipotesis untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam pernyataan. Sampel yang digunakan 100 responden, jenis data yang diperlukan (kuantitatif), metode pengambilan data (primer). Teknik pengumpulan data (observasi dan kuesioner). Metode pengambilan sampel menggunakan teknik slovin. Uji instrument penelitian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji korelasi pearson/product moment.

Pengujian validitas, reliabilitas, dan korelasi pearson dilakukan dengan menggunakan program SPSS 18.0. dengan menghasilkan tingkat hubungan produk (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,796 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hubungan harga (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,734 dengan tingkat signifikansi 0,000. untuk hubungan distribusi/place (X3) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,822 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan untuk hubungan promosi (X4) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,752 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan dapat diketahui bahwa produk memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Harga memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Distribusi/tempat memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan promosi memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *produk, harga, distribusi/tempat, promosi dan kepuasan pelanggan*

ABSTRACT

ANALYSIS OF RELATIONSHIP MARKETING MIX TO CUSTOMER SATISFACTION IN STORE SPICY DUCK SURABAYA

by:

Ilham Akbar Wahyudin

Preceptor Lecturer :

Drs. Ec. I Nyoman Sudapet, MM.
Hamzah Denny Subagyo, SE., MM., SH., M.

Spicy Duck Shop Surabaya is a shop that provides a unique culinary Indonesia which aims to introduce traditional foods from the area of Makassar. The issue is which variables most associated with customer satisfaction. Therefore, this study aims to determine how the relationship product, price, place / distribution, and promotion of customer satisfaction in the tavern spicy duck Surabaya.

Research was conducted on customers in the shop Spicy Duck Surabaya. That is done by formulating a hypothesis to address the problems outlined in the statement. The sample used 100 respondents, the type of data needed (quantitative), data collection methods (primer). Data collection techniques (observation and questionnaires). Methods of sampling using slovin. Test research instrument using validity, reliability test, and Pearson correlation test / product moment.

Testing the validity, reliability, and pearson correlation performed using SPSS 18.0. to produce the level of product relationship (X1) and customer satisfaction (Y) of 0.796 with a significance level of 0.000. Price relationship (X2) and customer satisfaction (Y) of 0.734 with a significance level of 0.000. for distribution relationships / place (X3) and customer satisfaction (Y) of 0.822 with a significance level of 0.000. As for the promotion of relations (X4) and customer satisfaction (Y) of 0.752 with a significance level of 0.000.

Based on the hypothesis that we can know that the product has a strong and significant relationship with customer satisfaction. Price has a strong and significant relationship with customer satisfaction. Distribution / place has a strong and significant relationship with customer satisfaction. While the campaign has a very strong relationship with the customer satisfaction.

Keyword : *Product, price, place, promotion, and Customer satisfaction*

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KATA PENGANTAR	
HALAMAN ABSTRAK	
HALAMAN ABSTRACT	
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	2
DAFTAR GAMBAR	3
DAFTAR LAMPIRAN.....	4
BAB I : PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Jenis Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.4 Desain Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Operasional	Error! Bookmark not defined.
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Analisa Data dan Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	5
5.1 Kesimpulan	5
5.2 Saran.....	6
DAFTAR PUSTAKA	7
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.4	Desain Instrumen Penelitian	35
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 4.2	Usia Responden.....	43
Tabel 4.3	Identifikasi Pendidikan Terakhir.....	44
Tabel 4.4	Identifikasi Profesi/Pekerjaan Responden	44
Tabel 4.5	Uji Validitas	46
Tabel 4.6	Koefisien Alpha Cronbach.....	47
Tabel 4.7	Hasil Analisis Data.....	48
Tabel 4.8	Interpretasi nilai r	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian	28
Gambar 3.1	Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Output Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Uji Korelasi Pearson
- Lampiran 4 Output Profil Responden
- Lampiran 5 Output Jawaban Profil Responden



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara produk, harga, distribusi, promosi dan kepuasan pelanggan pada kedai Spicy duck Surabaya. Untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara produk, harga, distribusi, promosi dan kepuasan pelanggan dipakai pengujian korelasi product moment/pearson. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perhitungan dengan SPSS 18 menunjukkan nilai koefisien product moment variabel produk sebesar 0.796, dan mempunyai tingkat signifikan 0,000 nilai ini berarti bahwa variabel produk mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa tingkat hubungan variabel produk kuat, jadi bila hubungan produk kuat maka meningkat pula kepuasan pelanggan.
2. Perhitungan dengan SPSS 18 menunjukkan nilai koefisien product moment variabel harga sebesar 0.734, dan mempunyai tingkat signifikan 0,000 nilai ini berarti bahwa variabel harga mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa tingkat hubungan variabel harga kuat, jadi bila hubungan harga kuat maka meningkat pula kepuasan pelanggan.
3. Perhitungan dengan SPSS 18 menunjukkan nilai koefisien product moment variabel distribusi sebesar 0.822, dan mempunyai tingkat signifikan 0,000 nilai ini berarti bahwa variabel harga mempunyai hubungan yang kuat dengan

kepuasan pelanggan. Dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa tingkat hubungan variabel distribusi kuat, jadi bila hubungan distribusi kuat maka meningkat pula kepuasan pelanggan.

4. Perhitungan dengan SPSS 18 menunjukkan nilai koefisien product moment variabel promosi sebesar 0.752, dan mempunyai tingkat signifikan 0,000 nilai ini berarti bahwa variabel promosi mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa tingkat hubungan variabel promosi kuat, jadi bila hubungan promosi kuat maka meningkat pula kepuasan pelanggan.

Dari uraian tersebut keempat variabel tersebut terdapat hubungan dengan kepuasan pelanggan dan signifikan. Variabel distribusi memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan pelanggan dibandingkan variabel – variabel yang lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian simpulan di atas, maka dapat diambil saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Dari variabel keempat tersebut sudah memiliki hubungan yang kuat, bisa dijadikan acuan variabel yang memiliki hubungan yang sangat kuat dan, variabel apa sajakah yang dianggap masih kurang dan terlebih bisa ditingkatkan dari variabel tersebut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian selanjutnya dengan topic yang sama tetapi bisa menambahkan variabel yang lain selain yang sudah diteliti yang memiliki tingkat hubungan terhadap kepuasan pelanggan dan menggali hal lain yang belum diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S Nitisemito, Marketing, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981, hlm. 13
- Amirullah, Imam Hardjanto, Pengantar Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005, h. 116
- Assauri, 1999. Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persada; Jakarta
- Fandy Tjiptono. (2002). Strategi pemasaran. Yogyakarta : penerbit andi.
- J. William Stanto, Lamarto Y, Prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 1996
- Kotler, P. (2003). Marketing Management (11thed). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip –Prinsip Pemasaran. Jilid kedua. (12thed). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta: Prehallindo, 1997
- Kotler, Phllip. (2005) Manajemen Pemasaran edisi ke 11 jilid 2. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia
- Mischitelli, Vincent. (2000). Your New Restaurant(2nded). Canada: Adams Media Corporation.
- Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, Menggas Bisnis Islami, Jakarta: Gema Insani, cet. ke-7, 2008, hlm. 169
- Pengendalian Jilid 1, Jakarta: Salemba Empat, 1999, hlm. 11
- Philip Kotler, A.B. Susanto, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, hlm.3
- Sugiyono. (2012). “Memahami Penelitian Kualitatif”. Bandung : ALFABETA.
- Thotik Gunara, Utus Sudibyo, Marketing Muhammad SAW., Bandung: Madani Prima, 2008, hlm. 46
- Tjiptono, F. 1999, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi
- Yoeti, O.A. (2004). StrategiPemasaran Hotel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml, Valerie A, Bitner, Mary J, Gremler, Dwyne D. (2006). Integrating Customer Focus Across The Firm (4th ed). New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.

Djoni Wibowo., dan Novita Widyastuti “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN SOTO DI TANGERANG SELATAN”

Narisah., Bambang Ali Nugroho., dan Budi Hartono “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN WARUNG SATE KELINCI DI KOTA BATU

Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.

